

market share, implementing innovations, and ensuring financial stability of enterprises is substantiated.

Keywords: *strategic planning, enterprise development, competitiveness, cost optimization, innovation, management, business strategy, long-term planning, efficiency, risk management.*

Науковий керівник:

Федосєєва Г.С.,

д-р екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та маркетингу,

Миколаївський національний аграрний університет

УДК 339.16:004.7(100+477)

E-commerce: тенденції розвитку

Катерина Орешко,

здобувачка вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Анотація: *розглянуто розвиток електронної комерції як важливої складової сучасного бізнес-середовища. Проаналізовано основні тренди E-commerce на 2025 рік, зокрема цифровізацію, персоналізацію покупок за допомогою штучного інтелекту, використання генеративного ШІ, зростання мобільного шопінгу та активізацію продажів через соціальні мережі. Наведено статистичні дані щодо обсягів онлайн-продажів та кількості покупців у світі..*

Ключові слова: *електронна комерція, онлайн-продажі, цифровізація, штучний інтелект, генеративний ШІ, мобільний шопінг, соціальні мережі, маркетинг, інновації.*

E-commerce, або електронна комерція вже стала нашою невід'ємною частиною сучасного бізнес середовища. Щоденно ми маємо справу з різними формами торгівлі, починаючи від звичайних магазинів і аптек до приватних клінік та салонів краси. Усі вони пропонують товари та послуги споживачам. Однак у цифрову епоху з'явився новий формат – електронна комерція, яка відкриває ще більше можливостей для ведення бізнесу.

У 2024 році глобальний обсяг продажів електронної комерції перевищив \$6 трильйонів, що становить 24% від усіх роздрібних покупок онлайн. Очікується, що до 2027 року цей показник перевищить \$7,9 трильйона. Кількість осіб, які

здійснюють онлайн-покупки, досягла 2,71 мільярда, що складає 33% від загального населення світу [1, 2].

Сфера електронної комерції стрімко розвивається як в світі, так і в Україні. Маркетологи виділяють такі основні тренди розвитку E-commerce на 2025:

1. Цифровізація

Відповідно до досліджень, представники покоління Z активно використовують соціальні мережі для пошуку та придбання товарів. Зокрема, понад 60% зумерів здійснюють покупки онлайн після перегляду продуктів у соціальних мережах, а 73% підписані на бренди в цих платформах.

2. Персоналізація покупок за допомогою штучного інтелекту

Алгоритми штучного інтелекту аналізують дані користувачів та історію замовлень тим самим формує індивідуальні рекомендації, тим самим підвищує конверсію. Деякі компанії вже користуються даною технологією, але маркетологи прогнозують що до 2030 року близько 80% компаній будуть її використовувати [3, 4].

3. Генеративний штучний інтелект для E-commerce

Генеративний штучний інтелект (ШІ) трансформує електронну комерцію, забезпечуючи створення нового контенту, що відповідає індивідуальним потребам клієнтів. На відміну від традиційного ШІ, генеративний ШІ здатен "творити" тексти, зображення та інші дані, оптимізуючи шлях клієнта [3, 4].

4. Розумні мобайл покупки

Шопінг в смартфоні стає все зручнішим, завдяки розумним функціям та оптимізації платформи сайту, додаток стає зручнішим та функціональнішим для покупців які здійснюють покупку «на ходу».

5. Бум продажів у соціальних мережах

Соціальні мережі, такі як Instagram, Facebook та TikTok, стали ключовими каналами продажів в електронній комерції. Згідно з даними Statista, 20,6% користувачів використовують Facebook для покупок. Інтеграція каталогів товарів та можливість здійснення покупок безпосередньо в додатках соціальних мереж відкривають нові можливості для брендів [1, 2, 5, 6].

Електронна комерція, безсумнівно, стала ключовим елементом сучасного бізнес-середовища, демонструючи стрімке зростання як на глобальному, так і на національному рівнях. Згідно з представленими даними, обсяг онлайн-продажів продовжує збільшуватися, а кількість інтернет-покупців сягає значних показників.

Отже, електронна комерція являє собою динамічний та перспективний ринок, що вимагає від підприємців гнучкості, інновацій та адаптації до постійних змін. Успішне використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, та інтеграція з соціальними мережами відкривають широкі можливості для розвитку бізнесу та задоволення потреб сучасних споживачів.

Список використаних джерел:

1. E-commerce: що треба знати і які зараз тренди. Новапошта. Education. 2024. URL :

<https://online.novaposhta.education/blog/e-commerce-shho-treba-znati-i-yaki-zaraz-trendi>

2. Promodo. Тренди eCommerce до 2028: ключові моменти та прогнози. Promodo. 2024. URL : <https://www.promodo.ua/blog/trendi-ecommerce-do-2028-klyuchovi-momenti-ta-prognozi>

3. Reshmidilova, S., Mykhaylyova, K., Savchuk, A., Stamat, V., & Oslopova, M. (2024). Utilisation of artificial intelligence technologies in developing marketing communication strategies. Pakistan Journal of Life and Social Sciences (PJLSS), 22(2). DOI : <https://doi.org/10.57239/pjlss-2024-22.2.00682>

4. Stamat V., Minakova T. Artificial Intelligence in Customer Service: Chatbots and their Impact on Customer Experience in Marketing. The latest developments of specialists for the development of science : Abstracts of VI International scientific and practical conference (Florence, Italy, October 07-09, 2024). Florence, 2024. P. 68-69. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18849>

5. Стамат В. М., Недбайло І. І. Розвиток маркетингу на основі діджиталізації. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м. Миколаїв). Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 150-154. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10578>

6. Стамат В. М., Гончар Є. А. Розвиток цифрових технологій у маркетингу. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 27 жовтня 2022 р., м. Полтава. Полтава : Полтавський державний аграрний університет, 2022. С.1143-1145. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18856>

Abstract: *The development of e-commerce as an important component of the modern business environment is considered. The main trends of E-commerce for 2025 are analyzed, in particular, digitalization, personalization of purchases using artificial intelligence, the use of generative AI, the growth of mobile shopping and the activation of sales through social networks. Statistical data on the volume of online sales and the number of buyers in the world are presented. The conclusion is made about the dynamic development of the e-commerce market and the need to adapt business to modern technologies to effectively attract consumers.*

Keywords: *e-commerce, online sales, digitalization, artificial intelligence, generative AI, mobile shopping, social networks, marketing, innovations.*

Науковий керівник:

Стамат В.М.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та маркетингу,

УДК 330.13

Стратегічне планування як основа формування сучасної стратегії розвитку аграрної сфери

Наталія Овчаренко,

здобувач вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Анотація: досліджено дефініцію стратегічного планування, як систему всього різноманіття видів планової діяльності на підприємстві. Зазначено, що ефективному вирішенню завдань стратегічного плану в системі державного регулювання сприяють такі його елементи, як грошово-кредитні й бюджетні регулятори. Доведено, що взаємозв'язок прогнозування і програмування в процесі втілення стратегії проявляється у підтриманні позитивів ефективності відповідної програми.

Ключові слова: стратегічне планування, стратегія, планування, аграрна сфера, розвиток аграрної сфери.

Розвиток стратегічного планування історично поступається іншим альтернативним саморегульованому ринку формам довгострокової ув'язки економічних інтересів. Це зумовило затримку в науковому аналізі його закономірностей, що не сприяє прискоренню економічних перетворень в Україні [3].

В сучасній економічній літературі стратегічне планування трактується неоднозначно. Його розглядають як “систему всього різноманіття видів планової діяльності на підприємстві. Воно включає і є узагальненням довготермінового, середньотермінового, річного, оперативного, функціонального планування”, і як “набір дій і рішень, вжитих керівництвом, які ведуть до розробки специфічних стратегій, призначених для того, щоб допомогти організації досягти своїх цілей”, і як “процес здійснення сукупності систематизованих та взаємоузгоджених робіт по визначенню довгострокових (на певний період) цілей та напрямків діяльності” тощо.

Наведені визначення стратегічного планування розкривають його функціонування, як узагальненої системи чи процесу за цільовим та часовим критеріями, лишаючи поза увагою його генетичний зв'язок з планомірністю, як форми реалізації економічних інтересів власників, у тому числі й у перехідній економіці України. З урахуванням цього стратегічне планування – це форма планомірності, яка сприяє погодженості й реалізації довгострокових